

# *Weckschrei Digitalisierung – Todesmarke zehn Prozent*

*(Daily Dueck 254, Dezember 2015)*

Gunter Dueck, [www.omnisophie.com](http://www.omnisophie.com)

Raten Sie einmal, welches Wort im Jahre 2015 am meisten so sehr deutlich ausgesprochen wird. Es heißt – Sie raten es vielleicht nicht von selbst, obwohl Sie es dauernd hören – DIGITALISIERUNG.

Dieses Wort verwenden die Analogen jetzt so oft, weil sie das Digitale seit einigen Monaten irgendwie ernst nehmen. Sie befürchten jetzt wirklich, dass es praktische Konsequenzen in ihrem Leben haben könnte. Immer noch kursieren herbeigedichtete Beruhigungszahlen. „Wisst ihr, wie viel Prozent des Einzelhandels im Internet stattfindet? Haha, es sind nur so zehn Prozent!“ Ich fragte zurück: „Zählt ihr denn Lebensmittel dabei mit?“ – „Ja, und die Tankstellen!“ – „Wäre es nicht besser, man nähme für die Statistik nur all das, was tatsächlich im Internet verkaufbar wäre?“ – „Das haben wir schon versucht. Nach unserer Ansicht sollten nur etwa ein Prozent der Waren im Internet gehandelt werden, es sollten nur solche sein, wo es geradezu erforderlich ist – etwa bei Viagra. Wir haben diese winzige Warengattung zur Probe als Grundlage studienhaft verwendet und den globalen Internetumsatz durch den Gesamtweltumsatz der winzigen Warengattung dividiert. Dabei kommt bei allen Taschenrechnern mehr als hundert Prozent Internethandel heraus. Mehr als hundert Prozent geht ja logisch nicht, deshalb haben wir die wissenschaftliche Großstudie abgebrochen.“

Bei sehr vielen bis allen Innovationen ist der Goldene Moment gekommen, wenn der erste Interessent fragt, ob er das Neue schon zu dem in der Bildzeitung avisierten Preis kaufen und wann genau er es haben könne. Dann rollt das Neugeschäft an. Es ist am Anfang lächerlich klein, alle amüsieren sich über die entstehenden Minifirmen, von denen die meisten gleich wie Eintagsfliegen sterben. „Carsharing! Quatsch!“ Dann steigen die Autohersteller in das Business ein, um es zu kontrollieren und um alle diejenigen Autos von der Halde für Carsharing zu liefern, die sie gerade in Fehlfarben überproduziert haben... Das Alte mischt ein bisschen mit und ist unbesorgt. „Na, wir machen jetzt auch eBooks nebenbei, das bringt aber nicht viel ein. Es gibt uns aber einen modernen Anstrich.“ – „Ja, wir haben in der Bank auch Internet. Das ist Quatsch, aber die jungen Leute fragen nach Internetbanking. Haha, ich arbeite doch seit Jahrzehnten in der Bankzweigstelle. Keiner weiß so gut wie ich, dass ich bei uns fast nur Leute eintreten sehe, die mit dem Internet rein gar nichts am Hut haben.“

Irgendwann ist das Neue der „Pure Player“ bei zehn Prozent Marktanteil. Zehn Prozent Digitalkameras, zehn Prozent Internetbanking, Smartphones mit Internetflatrate, eBooks, Internetversicherungen, Elektro-Autos, Einzelhandel und so weiter.

Dann stirbt das Alte! Zehn Prozent Neues killt neunzig Prozent Altes.

Simple Mathematik. Rechnen Sie mit: Wenn das Neue die zehn Prozent überschritten hat, wächst es ja meist noch immer recht stark. Nicht mehr hundert oder fünfzig Prozent, aber noch um mehr als zehn Prozent pro Jahr. Dann hat das Neue in den nächsten Jahren mehr als elf, zwölf, dreizehn Prozent Anteil. Also bleibt für das Alte in jedem Jahr ein Prozent weniger übrig: 90, 89, 88, 87... Da aber der ganze Markt heute kaum wächst, schrumpft das Alte jedes Jahr ein bisschen bzw. es wächst auf jeden Fall langsamer als die etwa heute üblichen zwei Prozent Lohnsteigerungen.

Hilfe!!! Wissen Sie überhaupt, was es heißt, wenn der Umsatz eines Unternehmens über viele Jahre weniger steigt als um den allgemeinen Lohnsteigerungssatz? Das müssten Sie sich als Manager einmal geben! Es ist sehr bitter. Sie müssen sparen, Druck auf die Mitarbeiter machen und quälend lange die jeweils unrentabelsten Produkte und Services einstellen und Zweigstellen schließen. Es gibt keine Hoffnung, keine Zukunft und keine Perspektive. Sie haben in dieser Lage kaum noch Geld und Energie und bestimmt keine Lust, etwas ganz Neues anzufangen. Die Mitarbeiter zweifeln, die Presse berichtet nur Grau. Sie müssen aber unverdrossen bekannt geben, dass die Digitalisierung bald ihren

Schwung verliert. „Leute, das Internet ist nur eine Mode. Es trifft uns wie ein plötzliches Gewitter, aber es hellt sich ganz sicher wieder auf.“ Sie müssen gegen das, was Ihre Gesichtszüge verraten, maskenhaft eine goldene Zukunft verheißen. Nach der Schließung jeder Filiale sind Sie nach Ihren eigenen Worten nun bestmöglich für die neue Schrumpfrunde aufgestellt.

Es ist wie das nahende Alter eines Menschen, der zu kränkeln beginnt, der seine Wehwehchen derzeit noch zählt und sie gesprächig in der Hoffnung einstiger Gesundheit erwähnt. Er sitzt noch nicht zahnlos resigniert hinter dem Ofen.

Wenn das Neue die zehn Prozent überschreitet, zwingt es durch seine weiterhin zweistelligen Wachstumsraten das Alte zum Schrumpfen, was man „Konsolidierung“ oder „Transformation“ nennt. Das Alte stirbt langsam. Nicht über Nacht! Deshalb hat es Hoffnung bis zuletzt. Im Todeskampf ringt es mit Kostensenkungen und Beschwörungen, es fühlt sich ungerecht vom Pech im Markt verfolgt und leidet darunter, dass sich die jungen Leute nicht auf seine manchmal offenen Stellen bewerben. Das Alte wird mit alten Mitarbeitern alt, die gemeinsam das Neue immer noch nicht verstehen können.

Digitalisierung! Das ist heute – nach nun einer ganzen Generation oder mehr als einem Vierteljahrhundert – plötzlich der Hype der Stunde. Warum? Es riecht brenzlich, es klingelt im Ohr. Burnout und Tinnitus sind nun Dauergäste der Seele.

Weckschrei! Irrwitzig gellender Weckschrei! Durch Mark und Bein! Die Todesmarke von zehn Prozent ist in vielen Provinzen des Analogen Großreiches überschritten! Land unter! Das Neue flutet das Land, überall bauen die Anlogen noch emsig an Deichen und Stadtmauern, um das Neue fernzuhalten und abzuschrecken. Die Neuen aber kümmern sich nicht mehr um die Alten, sie sitzen auf Schiffen.

Ach: Wenn die große Flut kommt, baue Schiffe und nicht Deiche.